



Agroresursu un
ekonomikas
institūts



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Jūrlietu un
zivsaimniecības fonds

Atskaite

Tirgus pētījums

Surimi tirgus perspektīvas Polijā

Projekta Nr.18-00-F05403-000005

Ziņojumu iesniedza :

.....
Ingūna Gulbe

AREI EPC Tirgus veicināšanas daļas vadītāja

2019. gada aprīlis



PROJEKTU LĪDZFINANSĒ ES

Saturs

LIETOTIE SAĪSINĀJUMI	3
KOPSAVILKUMS.....	4
PĒTĪJUMA MĒRĶIS	5
1. IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI.....	6
2. IZVĒLĒTĀS METODES.....	7
3. NOZARES TIRGUS PĀRSKATS.....ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
3.1. Patēriņš	8
3.2. Ražošana, imports un eksports	9
3.2.1 Ražošana.....	9
3.2.2 Imports un eksports	10
3.2.3 Importa un eksporta salīdzinājums	11
4. KONKURENCES PĀRSKATS.....	17
4.1. Lielākie ražotāji.....	17
4.2. Produkcijas klāsts	19
4.2.1 Zivju konservu produkcijas klāsts	19
4.2.2 Surimi produkcijas klāsts	20
5. TIRGUS PIEEJAMĪBA UN IZPLATĪŠANAS KANĀLU PĀRSKATS	22
5.1. Izplatīšanas struktūra	22
5.2. Vairumtirdzniecības kanāli	22
5.2.1 Lielākie pārtikas vairumtirgotāji	23
5.2.2 Specializētie un citi vairumtirgotāji.....	24
5.3. Mazumtirdzniecības kanāli	25
5.3.1 Lielākie mazumtirgotāji.....	25
5.3.2 Specializētie un citi mazumtirgotāji	27
6. TIRDZNIECĪBAS VEICINĀŠANA	29
TIRGUS PERSPEKTĪVA: SECINĀJUMI UN IETEIKUMI.....	30
INTERVIJU TRANSKRIPTI.....	32
DATU AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	39

EJZF	LIETOTIE SAĪSINĀJUMI
	Eiropas Jūrlietu un Zivsaimniecības fonds
ES	Eiropas Savienība
EUMOFA	Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāls
EUR	Eiropas Savienības valūtas vienība (Eiro)
Eurofish	Eiropas zivsaimniecības un akvakultūras atbalsta organizācija
Euromonitor	Stratēģiskās tirgus izpētes organizācija
HoReCa	<i>Hotels, Restaurants and Catering</i> (sabiedriskās ēdināšanas sektors)
HSO	Harmonizētā preču aprakstīšanas un kodēšanas sistēma
Seafish	Apvienotās Karalistes zivsaimniecības sabiedriskā organizācija
UN ComTrade	Apvienoto Nāciju Organizācijas ārējās tirdzniecības statistikas portāls
USDA FAS	ASV Lauksaimniecības Departamenta Ārzemju dienests

KOPSAVILKUMS

Pētījuma aktualitāti nosaka pēdējo gadu laikā notikušās pārmaiņas Latvijas zivju konservu realizācijas tirgos, radot nepieciešamību pēc tirgu diversifikācijas, ieskaitot jaunu tirgu identificēšanu, darbības paplašināšanu atsevišķos esošajos tirgos, kā arī produktu modificēšanas un jaunu produktu ieviešanas.

Balstoties uz esošajām ekonomiskajām prognozēm, kā arī ņemot vērā vēsturisko pieredzi Eiropas Zivsaimniecības fonda pasākumu īstenošanā, zivju pārstrādes nozarē ir iespējama projektu izstrādāšana alternatīvas pievienotās vērtības produktu radīšanai un noieta tirgu pārorientācijai. Ņemot vērā šādu projektu finansiālo ietilpīgumu, ir svarīgi nodrošināt projektu realizācijas rezultātā radīto papildus ražošanas jaudu optimālu noslodzi. Šādas iespējas var nodrošināt izplatīšanas iespēju atrašana lielos, stabilos un augošos tirgos.

Polija ir nozīmīgs Eiropas zivju un jūras produktu tirgus, tādējādi ir svarīgi identificēt zivju produktu izplatīšanas iespējas šajā tirgū. Bez tam Polijas zivju pārstrādes sektors ir uz eksportu orientēts, un liela daļa zivju izejvielu šajā sektorā tiek importētas.

Pētījuma mērķis ir Latvijas saldētu zivju, ieskaitot surimi, kā arī zivju konservu potenciālo iespēju produktu izplatīšanai Polijas tirgū novērtēšana, kā arī ieteikumu sagatavošana šo iespēju izmantošanai.

Atbilstoši pētījuma mērķim izvirzītie darba uzdevumi ietver Polijas zivju pārstrādes produktu patēriņa un cenu pārskatu, patēriņa tendenču novērtēšanu, Polijas zivju un zivju pārstrādes produktu ārējās tirdzniecības bilances analīzi, konkurences izvērtējumu Polijas tirgū, izplatīšanas kanālu analīzi.

Pētījumā izmantoti dati no Polijas zivsaimniecības nozares pārskatiem, nozarē iesaistīto organizāciju un kompāniju interneta vietņu informācija, Eiropas valstu statistikas portāla EUROSTAT, Apvienoto Nāciju Organizācijas starptautiskās tirdzniecības datubāzes UN ComTrade, Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāla EUMOFA dati, ko apkopoja un analizēja SIA "Gateway Baltic" un Agroresursu un ekonomikas institūta pētnieki.

Datu analīzei izmantotas kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes.

Balstoties uz datu analīzi, tika izdarīti secinājumi par Polijas zivju pārstrādes produktu tirgu, kā arī tika sagatavoti ieteikumi saldētu zivju, ieskaitot surimi, zivju konservu izplatīšanas paplašināšanai šajā tirgū.

Pētījuma apjoms ir 33 lpp. Darbā iekļauti 6 attēli un 9 tabulas. Ierobežotais izpildes laiks un finansējums, kā arī pieejamie dati noteica šī darba apjomu un detalizācijas pakāpi.

Ziņojumu sagatavoja Asoc.prof., Dr.oec. I.Gulbe. Asoc.prof. Dr.oec. L.Melece un Mg.oec. I.Osīte

PĒTĪJUMA MĒRĶIS

Pētījuma mērķis ir novērtēt Latvijas saldētu zivju, tai skaitā, surimi, un zivju konservu potenciālās iespējas produktu izplatīšanai Polijas tirgū un sniegt ieteikumus šo iespēju izmantošanai.

Atbilstoši mērķim ir izvirzīti sekojoši darba uzdevumi:

- 1) Sniegt Polijas zivju pārstrādes produktu patēriņa tendenču novērtēšanu, ieskaitot patēriņa apjomu un struktūras izmaiņas un tās ietekmējošos faktorus.
- 2) Novērtēt Polijas zivju un zivju pārstrādes produktu ārējās tirdzniecības bilanci.
- 3) Veikt konkurences izvērtējumu Polijas tirgū, analizējot nozīmīgāko ražotāju apjomus un produktu piedāvājuma struktūru.
- 4) Sniegt detalizētu izplatīšanas kanālu analīzi, ieskaitot sekojošus kanālus:
 - a. vispārējie un specializētie vairumtirgotāji,
 - b. vispārējie un specializētie mazumtirgotāji.
- 5) Izdarīt secinājumus par Polijas saldētu zivju, ieskaitot surimi, un zivju pārstrādes produktu tirgus potenciālu un sniegt uz šiem secinājumiem balstītus ieteikumus realizācijas paplašināšanai šajā tirgū.

1. IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI

Pētījumā izmantoti Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāla EUMOFA, Apvienoto Nāciju Organizācijas ārējās tirdzniecības datubāzes UN ComTrade, Apvienotās Karalistes nevalstiskās organizācijas „Seafish”, ASV Lauksaimniecības Departamenta (USDA) Ārzemju Lauksaimniecības Dienesta (FAS), Eurofish organizācijas, Euromonitor tirgus novērošanas organizācijas, Eiropas jūrlietu un Zivsaimniecības Fonda (EJZF), Polijas Valsts statistikas portāla, Polijas Lauksaimniecības izpētes organizācijas Agrofakt, Globālās Mazumtirdzniecības Zīmolu izpētes portāla, Apvienotās Karalistes Tirdzniecības un Investīciju organizācijas, kā arī Polijas komerciālo organizāciju portālos pieejamie dati.

2. IZVĒLĒTĀS METODES

Atbilstoši pētījuma mērķim un uzdevumiem, kā arī, ievērojot pieejamo datu avotu klāstu un kvalitāti, pētījuma veikšanai izmantotas kvalitatīvās metodes.

Kvalitatīvās metodes

Pētījumā izmantotas analīzes, sintēzes, grafiskā un bilances metode.

3. NOZARES TIRGUS PĀRSKATS

3.1. Patēriņš

Polijas iedzīvotāju zivju un jūras produktu patēriņš ir relatīvi neliels [15], un tas 2017. gadā salīdzinājumā ar 2016. gadu samazinājies par 6% līdz 12.4 kg uz iedzīvotāju gadā (tabula 3-1). Patēriņš gandrīz divas reizes atpaliek no Eiropas Savienības vidējā patēriņa uz iedzīvotāju gadā [1]. Patēriņa samazinājums galvenokārt ir saistīts ar siļķes un laša patēriņa samazinājumu. Šo zivju veidu patēriņa samazināšanās ir saistīta ar tādu aizstājējproduktu kā cūkgaļu un vistas gaļu relatīvi zemākām cenām, patērētājiem, dodot priekšroku lētākiem produktiem [15]. Lielākais īpatsvars patēriņā ir tādām sālsūdens zivīm kā siļķe, mintajs un makrele. Pārējo zivju patēriņa struktūra ir fragmentēta, un karpa, forele un pangasija ir populārākās patērētās saldūdens zivis Polijā. Mintaja dominēšana patēriņā ir saistīta ar tā salīdzinoši zemo cenu. Lai gan Krievijas izcelsmes zemākas kvalitātes mintaja imports par relatīvi zemām cenām palielinās, patērētāju uztverē palielinās tādu produktus raksturojošu faktoru nozīmīgums kā kvalitāte un izcelsme [15].

tabula 3-1

Zivju produktu patēriņš Polijā sadalījumā pa zivju sugām uz cilvēku gadā, kg

Gads	2013	2014	2015	2016	2017
Mintajs	2.7	2.9	2.9	2.7	2.7
Siļķe	2.0	2.1	2.3	2.7	2.5
Makrele	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8
Menca	0.8	1.4	1.1	1.1	1.1
Pangasija	0.8	0.6	0.5	0.5	0.4
Brētliņa	0.7	0.9	0.4	0.8	0.7
Lasis	0.7	1.3	1.1	0.9	0.8
Karpa	0.5	0.6	0.5	0.6	0.6
Tuncis	0.5	0.4	0.5	0.6	0.5
Heks	0.4	0.3	0.4	0.4	0.4
Citi	1.0	0.8	0.5	0.5	0.4
Kopā	12.2	13.4	12.5	13.1	12.4

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

Sakarā ar ilgstošu piederību padomju blokam tādu produktu ar ilgu derīguma termiņu kā zivju konservi Polijā kvalitāte tradicionāli tiek uzskatīta par zemu, un cena ir galvenais konkurētspēju raksturojošais faktors izteikti fragmentētajā zivju un jūras produktu patēriņa segmentā. Uzlabojoties produktu uzglabāšanas metodēm, kā arī izplatoties arvien jaunām veselīga dzīvesveida tendencēm, pēdējā laikā ir mainījusies patērētāju izpratne par produktu kvalitāti, vairs neasociējot tos ar zemas kvalitātes produktiem. Nozīmīgākie faktori patērētāju izpratnes pārmaiņām ir arvien pieaugošā veselīgāka dzīvesveida popularitāte, tam sekojošais kulinārijas programmu popularitātes pieaugums, kā arī tādas veiksmīgas mārketinga kampaņas zivju un jūras produktu segmentā kā Rio Mare tunča produktu reklāmas kampaņa 2017. gadā [10], kurā tika iesaistīta Polijā populārā televīzijas šova MasterChef vadītāja Ania Starmach, popularizējot produktu kvalitāti un to pielietojamību ikdienā. Veiksmīgās

reklāmas kampaņas ietekmē tirgū bija vērojams samazināts pieprasījums pēc tādiem ekonomiskiem produktiem kā sasmalcināts tuncis, un pieprasījums pēc tādiem augstākas kvalitātes produktiem kā tuncis eļļā palielinājās. Pārmaiņas patērētāju uztverē ir pakāpeniskas, un paredzams, ka turpmāko piecu gadu laikā pieprasījums pēc zemākas kvalitātes produktiem samazināsies, pieaugot pieprasījumam pēc augstākas kvalitātes produktiem ar nedaudz augstāku cenu.

Būtiska loma zivju produktu patēriņa izmaiņās ir ražošanas un mārketinga inovācijām, nozīmīgākajiem spēlētājiem tirgū pastiprināti pievēršoties jaunām produktu garšas īpašībām un produktu iepakojumu daudzveidībai, nodrošinot mazākus un ērtāk lietojamus iepakojumus, kas ļauj patērētājam patērēt produktu „esot ceļā”, kā arī piedāvājot nelielus ērti lietojamus produktu iepakojumus vienai personai nepieciešamā daudzumā, piemēram, Lisner uzņēmuma produkts Sledzik na raz (Siļķe vienai reizei) [9]. Tādējādi tiek novērsti produktu pārpalikumi vienas personas mājāsaimniecībās [5]. Svarīga loma piedāvājuma kvalitātes uzlabošanā un patērētāju kvalitātes uztveres izmaiņās ir tiem eksportspējīgajiem uzņēmumiem, kuri darbojas arī vietējā tirgū.

Polijas jaunākās un ekonomiski aktīvās sabiedrības daļas vecuma grupā no 18 gadiem līdz 34 gadiem interese par viegli un ātri pagatavojamiem veselīgiem zivju produktiem ir palielinājusies. Šajā patērētāju grupā ražotāju piedāvājums fokusējas uz tādiem tīriem produktiem, kuru sastāvā neietilpst konservanti, garšas pastiprinātāji un citas sintētiskas sastāvdaļas. Vienīgie šādos produktos izmantotie konservanti ir sāls un / vai etiķis. Šādu produktu ieviešana un ražošana daļēji atbilst citai Polijas tirgus tendencei - produktu piedāvājuma dažādošanu jaunākajai paaudzei - bērniem un tādiem citiem īpašiem patērētāju segmentiem kā grūtnieces [3]. Sakarā ar augstas kvalitātes zivju un jūras produktu pieprasījuma pieaugumu tirgū palielinās arī attiecīgo produktu importa izplatīšanas iespējas. Kopš 2004. gada Zivju tirgus attīstības asociācija (Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego - SRRR), kas apvieno zivju sektorā darbošos uzņēmumus, strādā, lai palielinātu zivju patēriņu Polijā. Asociācija īsteno tirdzniecības veicināšanas kampaņas, tās pārsvarā organizējot sociālajos tīklos, apmācības, kā arī konferences, ieskaitot Zivju kongresu (Kongres Rybny). Zivju kongresa mērķis ir nozares attīstības veicināšana, un tas ir Polijā nozīmīgākais valsts mēroga pasākums zivju pārstrādes, akvakultūras un zvejniecības sektoru pārstāvjiem [15].

3.2. Ražošana, imports un eksports

3.2.1 Ražošana

Polijas zivju pārstrādes industrija ir ceturtā lielākā Eiropā, 2017. gadā saražojot 525 tūkstošus tonnas zivju produktu 2.8 miljardu EUR vērtībā. Ņemot vērā salīdzinoši zemo Polijas iedzīvotāju zivju produktu patēriņu, Polijas zivju pārstrādes industrija lielā mērā ir orientēta uz eksportu, pārsvarā uz citām Eiropas Savienības dalībvalstīm [15]. Zivju pārstrāde Polijā 2017. gadā bija viena no visātrāk augošajiem sektoriem pārtikas pārstrādes nozarē, un 85% no saražotajiem apjomiem veidoja eksportam paredzētā produkcija. Pārstrādes sektora realizācijas kopvērtība pastāvīgi palielinās, pieaugot gan svaigu un saldētu zivju, gan arī konservu realizācijai (tabula 3-2). Pārstrādes sektorā 2017. gadā aktīvu komercdarbību veica 263 zivju pārstrādes uzņēmumi ar tiesībām eksportēt uz Eiropas Savienības valstīm. Nozarē darbojas arī vairāki simti mazāku, visbiežāk, ģimenes uzņēmumu, kas ražo produkciju vietējam tirgum. Zivju pārstrādes nozarē 2017. gadā bija nodarbināti apmēram 12 tūkstoši cilvēku [7].

tabula 3-2

Zivju pārstrādes rūpniecības produkcija, tūkstoši tonnu

Gads	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Zivju produkti						
Svaigas un saldētas zivis	60.0	83.3	65.1	51.2	51.5	53.0
Svaigu un saldētu zivju fileja	46.9	52.2	60.2	68.5	101.3	107.5
Sālītas zivis	19.7	19.6	19.1	19.9	18.6	20.0
Kūpinātas zivis	85.1	89.9	82.5	91.5	97.9	92.0
Kopā	423.2	466.2	447.8	468.9	515.8	525.0
Pārstrādātas vai konservētas zivis						
Konservētas zivis un konservi	67.3	68.8	69.9	77.9	83.9	88.0
Marinētas zivis	87.1	87.1	88.5	92.0	86.2	86.0
Zivju kulinārija un delikateses	44.9	53.0	49.2	55.3	63.9	65.0
Kopā	199.3	208.9	207.6	225.2	234.0	239.0
Pārstrādātas zivis pa sugām						
Lasis	8.7	14.1	6.8	8.8	11.6	
Silķe	106.0	105.5	106.2	112.6	114.9	
Sardīnes un brētliņas	12.6	13.6	12.2	14.2	14.0	
Makrele	9.8	9.6	10.8	12.2	15.7	
Tuncis	0.5	0.1	0.3	0.3	0.2	

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

3.2.2 Imports un eksports

Nemot vērā Eiropas Savienības noteiktās nozvejas kvotas Baltijas jūrā, kā arī ierobežoto Baltijas jūras zivju resursu pieejamību, Polijas zivju pārstrādes industrija lielā mērā ir atkarīga no izejmateriālu importa. Lai nodrošinātu zivju pārstrādes industriju, galvenokārt tiek importēti turpmākai pārstrādei paredzēti neapstrādāti zivju produkti [6]. Saskaņā ar Polijas zivju pārstrādes asociācijas (Polskie Stowarzyszenie Przetwórców Ryb) datiem 90% no zivjrūpniecības ražotājiem nepieciešamajiem izejmateriāliem tiek importēti no Eiropas Ekonomikas zonas valstīm. Nozīmīgākais Polijas importa partneris zivju un citu jūras produktu grupā ir Norvēģija, kas nodrošina Polijas tirgu ar lasi, silķi un mencu. Atbilstoši Norvēģijas oficiālās statistikas datiem 2017. gadā Norvēģijas nozīmīgākais partneris silķes un laša eksportā bija tieši Polija, kas norāda uz ciešu starpvalstu sadarbību. Citas nozīmīgas Polijas partnervalstis ir Zviedrija, Dānija, Vācija, Ķīna un ASV [15]. Polijas zivju un zivju produktu imports 2017. gadā salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu palielinājās par 10% līdz 555,308 tonnām 1.85 miljardu EUR vērtībā [4].

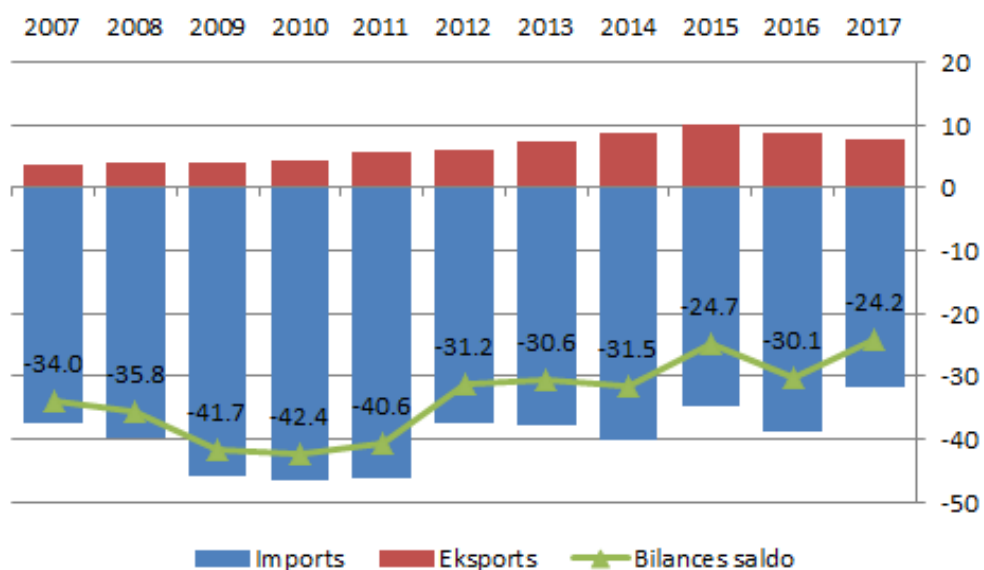
Polijas zivju un zivju produktu eksports 2017. gadā salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu palielinājās par 16% līdz 445,499 tonnām 2.02 miljardu EUR vērtībā [4]. Nozīmīgākie eksporta tirgi ir Vācija, uz kuru galvenokārt tiek eksportēts kūpināts lasis, silķe, menca un forele; Francija (kūpināts lasis, zivju filejas); Apvienotā Karaliste (pagatavotas zivis, menca), kā arī Dānija, Rumānija, Itālija un Vjetnama [15]. Polija ir nozīmīgākā valsts Vācijas zivju un jūras produktu importā. Nozīmīgākās Polijas eksporta produktu grupas ir silķu konservi, marinētas zivis, daļēji pagatavoti produkti, saldētas mencu filejas, kā arī dažādi laša produkti, it īpaši saldētas laša filejas. Ievērojamie Polijas zivju produktu eksporta apjomi ir saistīti ar zivju pārstrādes uzņēmumu savlaicīgu kompetences un konkurētspējas

paaugstināšanu starptautiskajos tirgos, kā arī attīstot veiksmīgu globālu piegādātāju un klientu tīklu [3].

3.2.3 Importa un eksporta salīdzinājums

Polijas eksports pastāvīgi palielinās, un vietējais tirgus ir piesātināts. Tādējādi ārzemju zivju pārstrādes uzņēmumu iespēju noteikšanai Polijas tirgū un veiksmīgāko tirgus ienākšanas stratēģiju definēšanai nepieciešams analizēt Polijas zivju produktu ārējās tirdzniecības bilanci. Importa un eksporta salīdzinājums dod iespēju identificēt tos Polijas zivju un jūras produktu tirgus segmentus, kuros Latvijas ražotājiem būtu ieteicams piedāvāt savus produktus. Šīs nodaļas ietvaros tiek analizēti dati par saldētiem zivju produktiem, tai skaitā surimi, izņemot zivju filejas.

Saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi, importa un eksporta salīdzinājums ļauj gūt detalizētāku ieskatu par šo produktu tirdzniecības bilanci Polijā. Importa un eksporta attiecības salīdzinājums parāda, kāda ir nepieciešamība pēc šīs produktu grupas, kā arī kādā apmērā šī produktu grupa tiek izmantota kā izejmateriāls zivjrūpniecības sektorā, un tiek eksportēta pēc tās pārstrādāšanas vietējā tirgū. Polijas saldētu zivju produktu importa neto svars vairāk nekā četras reizes pārsniedz eksporta neto svaru, 2017. gadā importa neto saram sasniedzot 31.88 tūkstošus tonnu, bet eksporta neto saram - 7.68 tūkstošus tonnu (Attēls 3-1). Tomēr pēdējo desmit gadu laikā Polijas zivjrūpniecības eksportētais saldētu zivju, tai skaitā surimi, produkcijas daudzums ir audzis vairāk nekā tās importētais apjoms, salīdzinājumam, 2007. gadā eksportētais saldētu zivju neto svars veidoja 3.51 tūkstoti tonnu, savukārt, importētais neto svars veidoja 37.51 tūkstoti tonnu, importam pārsniedzot eksportu vairāk nekā 10 reizes. Periodā no 2009. gada līdz 2015. gadam eksportētās produkcijas apjoms katru gadu ir palielinājies, pieaugumam sasniedzot vidēji 13.6% gadā. No 2015. gada līdz 2017. gadam tas ir samazinājies par 24%, bet 2017. gadā eksportētās produkcijas apjoms bija par 4.17 tūkstošiem tonnu lielāks nekā 2007. gadā. Turpretī importētais saldētu zivju produktu apjoma pieaugums nav bijis tik vienmērīgs, tas ir audzis laika posmā no 2007. gada līdz 2011. gadam par 19%, turpmākajā periodā samazinoties līdz 37.34 tūkstošiem tonnu, kas ir par 0.17 tūkstošiem tonnu mazāk nekā 2007. gadā. Laika posmā no 2012. gada līdz 2017. gadam importa daudzums ir gan samazinājies, gan palielinājies, tomēr nekad nav tikuši pārsniegti 2011. gada importa apjomi. Saldētu zivju produktu importa apjoms 2017. gadā par 5.63 tūkstošiem tonnu atpaliek no 2007. gada līmeņa, un tas ir zemākais pēdējo 10 gadu laikā.

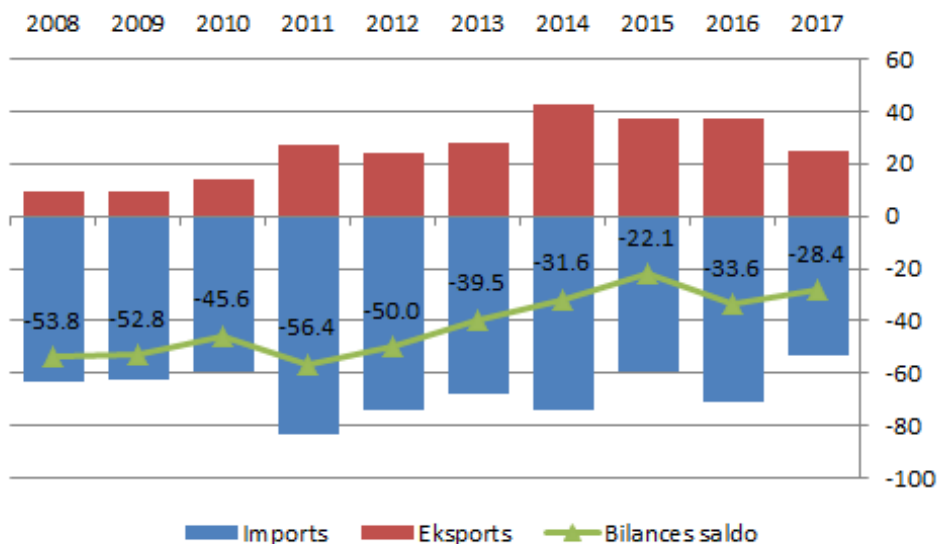


Attēls 3-1 Saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi (izņemot zivju filejas), ārējās tirdzniecības bilance no 2007. gada līdz 2017. gadam, tūkstoši tonnu

Avots: UNComtrade datubāze

Saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi, eksporta apjoms ir būtiski pieaudzis pēdējo 10 gadu laikā, kas liecina par šo produktu pārstrādes pieaugumu un zivjrūpniecības nozares izaugsmi. Pēdējo 10 gadu laikā Polijā importa apjoms šajā produktu kategorijā bijis mainīgs, tomēr tas pastāvīgi ir bijis ievērojams, kas norāda uz pozitīvām Latvijas ražotāju iespējām piedāvāt saldētus zivju produktus, ieskaitot surimi produktus, Polijas tirgū. Ārējās tirdzniecības bilances saldo vērtība šajā produktu grupā ir bijusi negatīva visos perioda gados.

Ārējās tirdzniecības bilances analīze vērtības izteiksmē ir veikta par periodu no 2008. gada līdz 2017. gadam, jo dati par 2007. gadu nav pieejami (Attēls 3-2). Importa un eksporta vērtības analīze, salīdzinot to ar importa un eksporta apjomu, ļauj noteikt kāda ir Polijas importēto un eksportēto produktu pievienotā vērtība, kā arī noteikt, vai Polijas zivjrūpniecības nozare sniedz pievienoto vērtību, pārstrādājot importētos produktus un tos pēc tam reeksportējot. Analizējot saldētu zivju produktu importa un eksporta vērtības, ir iespējams noteikt, ka attiecība ir mazāka, kā produkcijas apjoms.



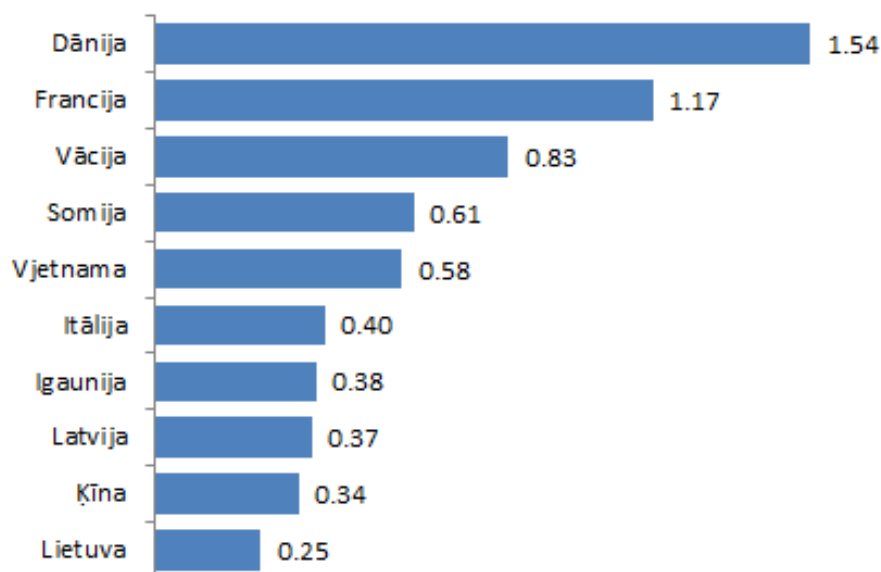
Attēls 3-2 Saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi (izņemot zivju filejas), ārējās tirdzniecības balance no 2007. gada līdz 2017. gadam, miljoni EUR

Avots: UNComtrade datubāze

Importētās produkcijas vērtība 2017. gadā pārsniedza eksportētās produkcijas vērtību gandrīz 2.2 reizes, savukārt, salīdzinot saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi, importu un eksportu svara izteiksmē, eksportētās produkcijas daudzums pārsniedza importētās produkcijas daudzumu vairāk nekā 4 reizes. Tas norāda, ka eksportētajai produkcijai ir bijusi lielāka pievienotā vērtība un cena kā importētajai produkcijai. Salīdzinot 2008. gadu ar 2017. gadu, eksporta vērtība ir augusi vairāk nekā 2.5 reizes jeb par 14.98 miljoniem EUR, bet importa vērtība tai pašā periodā ir samazinājusies gandrīz 1.2 reizes jeb par 10.41 miljoniem EUR.

Tādējādi iespējams secināt, ka saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi, importa vērtība ir mazāka kā eksporta vērtība, kas norāda uz to, ka Polijā šajā produktu kategorijā imports lielākoties paredzēts zivju pārstrādes nozares tālākajai apstrādei, nevis tūlītējam patēriņam. Līdz ar to Latvijas produktu ražotājiem būtu lielākas iespējas, piedāvājot tieši saldētus zivju produktus, tai skaitā surimi, tālākai pārstrādei, nevis tūlītējam patēriņam.

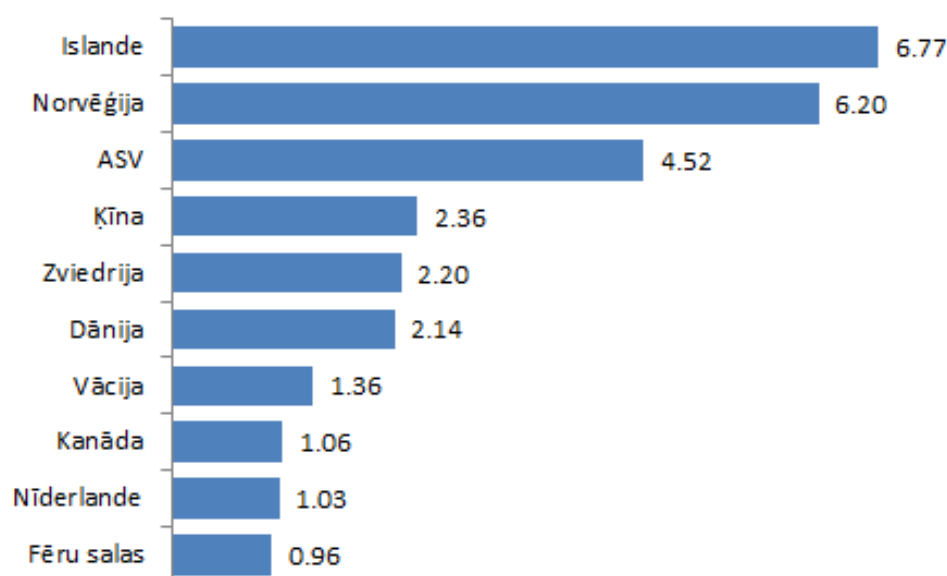
Trīs nozīmīgākās Polijas partnervalstis 2017. gadā saldētu zivju produktu, tai skaitā, surimi, eksportā, bija Dānija, Francija un Vācija (Attēls 3-3). Analizējot datus par Polijas nozīmīgākajām sadarbības valstīm tieši saldētu zivju produktu, tai skaitā, surimi, eksportā, ir iespējams noteikt, ka desmit nozīmīgāko eksporta partnervalstu vidū dominē Eiropas Savienības valstis. Līdz ar to ir iespējams noteikt, ka Polijas zivjrūpniecības industrija tiek pielāgota Eiropas Savienības dalībvalstu tirgus īpašībām un patērētāju vajadzībām, pielāgojot ne tikai ražošanas procesus, bet arī produktu īpašības. Tomēr ir būtiski izcelt, ka nozīmīgas Polijas eksporta sadarbības valstis ir arī Ķīna un Vjetnama, kas norāda uz Polijas zivjrūpniecības industrijas spēju pielāgot to ražošanu un produkciju dažādiem tirgiem, šādi apliecinot nozares elastīgumu.



Attēls 3-3 Saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi (izņemot filejas), eksporta apjoms pa valstīm 2017. gadā, tūkstoši tonnu

Avots: UNComtrade datubāzes

Saldētu zivju produktu, tai skaitā, surimi produktu kategorijā nozīmīgākās Polijas importa partnervalstis 2017. gadā bija Islande, Norvēģija un ASV (Attēls 3-4).



Attēls 3-4 Saldētu zivju produktu, tai skaitā surimi (izņemot filejas), importa apjoms pa valstīm 2017. gadā, tūkstoši tonnu

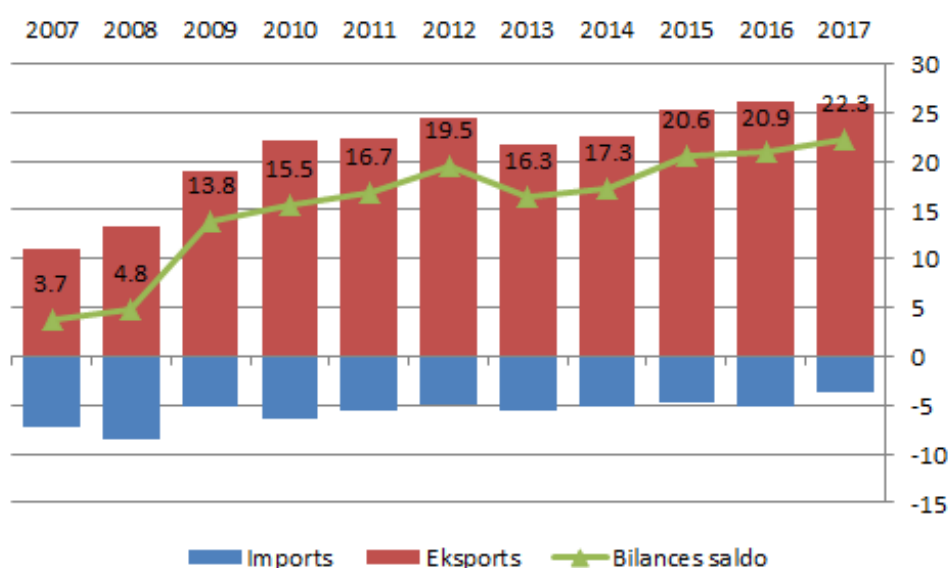
Avots: UNComtrade datubāze

Salīdzinot Polijas nozīmīgākās importa un eksporta sadarbības partnervalstis, iespējams noteikti, ka pretēji galvenajām eksporta sadarbības valstīm, Polijas imports ir vērts uz sadarbību ar valstīm ar būtisku nozveju, neraugoties uz to lokācijas vietu un piederību Eiropas Savienībai. Polijas desmit nozīmīgāko importa partnervalstu vidū ir tādas valstis kā Islande, Norvēģija, ASV, Ķīna un Kanāda.

Lai noteiktu ārzemju zivju konservu ražotāju iespējas Polijas tirgū, nepieciešams analizēt konservētu zivju importa un eksporta datus un veikt to salīdzinājumu, šādi definējot kādās produktu grupās ārzemju uzņēmumiem ir iespējas iekļūt Polijas tirgū. Šīs nodaļas ietvaros tiks apskatīti dati par konservētiem zivju produktiem, tai skaitā, surimi, atbilstoši Harmonizētās preču aprakstīšanas un kodēšanas sistēmas (HSO) kodam 160420.

Konservētu zivju produktu, tai skaitā surimi, eksporta un importa analīze, ļauj gūt detalizētāku ieskatu par tirdzniecības bilanci šajā produktu grupā. Datu salīdzinājums ļauj noteikt, kādā apjomā zivju pārstrādes industrija ir spējīga eksportēt konservētu zivju produktus, tai skaitā surimi, kā arī norāda uz to, kāda ir nepieciešamība pēc ārzemju produktiem šajā produktu kategorijā.

Pēc datu analīzes iespējams secināt, ka Polijas zivjrūpniecības eksporta apjoms būtiski pārsniedz importa apjomu, un kopš 2007. gada ir pakāpeniski audzis, turpretī importa apjoms ir samazinājies (Attēls 3-5).



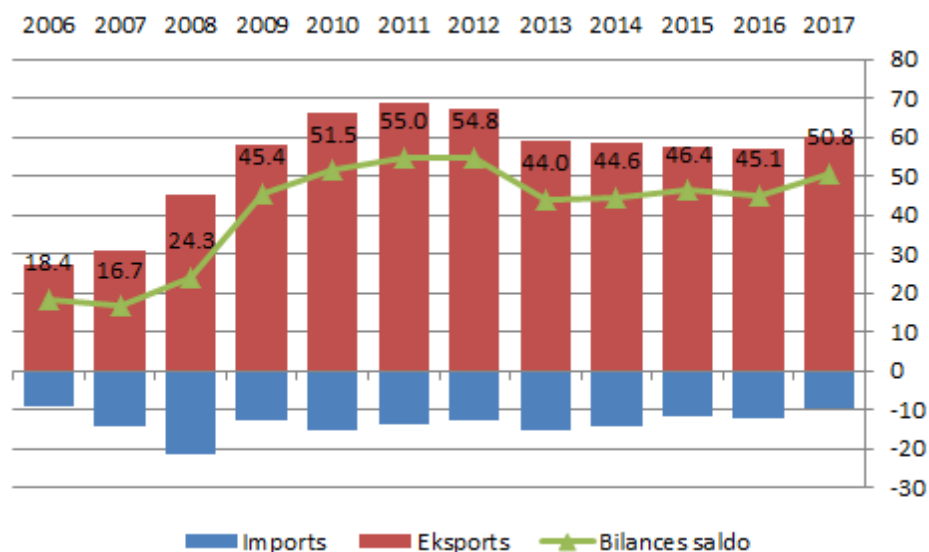
Attēls 3-5 Konservētu zivju produktu, tai skaitā surimi, ārējās tirdzniecības balance no 2007. gada līdz 2017. gadam, tūkstoši tonnu

Avots: UNComtrade datubāze

Tas liecina par zivju pārstrādes nozares izaugsmi šajā produktu kategorijā un spēju pielāgot produkciju eksporta tirgu vajadzībām. Importa samazinājums norāda arī uz nozares spēju apmierināt vietējā tirgus pieprasījumu konservētu zivju produktu kategorijā. Eksportētās produkcijas apjoms 2007. gadā pārsniedza importētās produkcijas apjomu tikai par 3.67 tūkstošiem tonnu, turpretī 2017. gadā šī starpība ir 22.31 tūkstoši tonnu, kas ir 6 reizes vairāk salīdzinājumā ar 2007. gadu. Kopš 2007. gada eksporta neto svars ir audzis par 14.89 tūkstošiem tonnu, turpretī importa svars ir samazinājies par 3.75 tūkstošiem tonnu.

Polijas zivju pārstrādes nozare ir pašpietiekama, un tā spēj nodrošināt lielāko daļu no valsts tirgus pieprasījuma konservētu zivju produktu grupā, kas samazina ārzemju uzņēmumu iespējas iekļūt tirgū ar konkrēto produktu kategoriju. Līdz ar to ražotājiem, izvēloties eksportēt uz valsti, kur lielāko daļu tirgus pieprasījuma spēj nodrošināt vietējie ražotāji, īpaši jāpievērš uzmanība šo ražotāju darbībām un piedāvāto produktu klāstam, lai noteiktu tādas konkurētspējas priekšrocības kā cena.

Konservētu zivju produktu ārējās tirdzniecības bilancei vērtības izteiksmē nav ievērojamu atšķirību no bilances svara izteiksmē (Attēls 3-6).



Attēls 3-6 Konservētu zivju produktu ,tai skaitā surimi, ārējās tirdzniecības bilance no 2007. gada līdz 2017. gadam, miljoni EUR

Avots: UNComtrade datubāze

Konservētu zivju produktu eksports 2017. gadā svara izteiksmē pārsniedza importu vairāk nekā 7 reizes, bet vērtības izteiksmē eksports pārsniedza importu 6.3 reizes. Tas liecina par to, ka eksportētā produkcija ir pārdota par nedaudz zemākām cenām kā importētā produkcija, līdz ar to ir iespējams secināt, ka Polijas zivjrūpniecības industrijas ražotāju piedāvātie produkti ir ar zemākām tirgus cenām nekā Polijas tirgū atrodamie ārzemju ražotāju piedāvātie produkti. Līdz ar to ražotājam, kas izvēlas piegādāt savu produkciju Polijas tirgū, ir nepieciešams apzināties, ka tā piedāvātā cena nedrīkst būt kā galvenais konkurētspēju noteicošais faktors, līdz ar to izvirzot citas produkta īpašības kā būtiskākos konkurētspējas elementus.

4. KONKURENCES PĀRSKATS

Polijas zivju pārstrādes industrija ir iemantojusi pozitīvu reputāciju starptautiskajos tirgos, ar spēju ražot sarežģītus produktus, vadīt ātri bojājošos produktu globālas piegādātāju ķēdes, nodrošināt pārdošanas un mārketinga procesus, kā arī kontrolēt preču uzglabāšanu un piegādi. Polijas lielais ražotāju skaits pastiprina konkurences apstākļus nodrošinot spēcīgu un elastīgu industriju, spējot piedāvāt plašu produktu klāstu. Konkurences ietekmē Polijas zivju pārstrādes uzņēmumi aizvien rada jaunus veidus kā būt soli priekšā saviem konkurentiem. Uzņēmumi nepārtraukti pilnveido jau esošos un attīstīta jaunus produktus, meklē jaunus izejmateriālu piegādātājus, uzlabo produktu iepakojumu un identificē jaunus patērētājus. Piemēram, 2018. gadā tika novērota jauna iepakojuma tendence Polijas tirgū, zivju konserviem biežāk izmantojot caurspīdīgu plastmasas iepakojumu, kas ļauj patērētājam redzēt iepakojuma saturu un novērtēt produkta kvalitāti. Produkts iepakojumā tiek pievilcīgi sakārtots, lai patērētāji varētu novērtēt un apbrīnot produktu tikai uz to paskatoties. Kā zināms produkta iepakojums var ļoti ietekmēt ne tikai produkta derīguma termiņu, bet arī būtiski ietekmēt produkta atpazīstamību patērētāju vidū [3].

4.1. Lielākie ražotāji

Starp lielākajiem ražotājiem zivju konservu industrijā Polijā nosaucami tādi nozares līderi kā Graal Capital group, Lisner, Losos, Contimax un citi (tabula 4-1). Atsevišķiem ražotājiem ir vairāki zīmoli, jo uzņēmumi darbojas kā grupa. Tomēr liela daļa zivju konservu ražotāji fokusējas uz sava zīmola attīstīšanu. Atsevišķi uzņēmumi arī pievērš uzmanību, lai produktu klāstā tiktu iekļautas tradicionālas garšas konservi un to produkti, piemēram, siļķes dažādās marinādēs.

tabula 4-1

Lielākie zivju konservu ražotāji Polijā un to zīmoli

Logo	Par ražotāju	Zīmoli un produkcijas klāsts
	GRAAL Capital Group ir zivju pārstrādes nozares līderis Polijā. Tās galvenie produkti ir konservētas zivis, kas bijušas uzņēmuma produkta klāstā no tā aizsākumiem. Uzņēmums izplata arī tādus produktus kā kūpinātas un saldētas zivis, jūras veltes, kaviāru un zivju salātus. Piedāvājumā ietilpst arī gatavi ēdieni, konservēti gaļas izstrādājumi, marinādes un dārzeņu salāti ar gaļu. Uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā bija 266.9 miljoni EUR	• Zivju konservi • Salatino (www.salatino.pl) • Gatavi ēdieni • Superfish (www.superfish.pl) • Siļķu filejas • Kūpinātas zivis • Svaigas zivis • Zivju salāti
	Lisner tika dibināts 1992. gadā un tas ir viens no tirgus līderiem zivju produktu ražošanā Polijā. 2010. gadā uzņēmums tika integrēts HOMANN grupā, kas ir Vācijas uzņēmums. Uzņēmums ražo tunča, sardīņu, siļķes, makreļu un brētliņu konservus. Lisner fokusējas uz veselīgu produktu ražošanu, ieskaitot produktus bez konservantiem. Tā apgrozījums 2017. gadā bija 170 miljoni EUR	• Lisner (www.lisner.pl) • Konservi • Siļķes mērcēs • Siļķes eļļā un etiķī • Zivis želejā • Apceptas zivis • Zivju salāti • Kūpinātas zivis

	ŁOSOŚ tika izveidots 1954. gadā. Uzņēmums ir viens no vadošajiem konservētu zivju ražotājiem Polijā. Dienā uzņēmums saražo gandrīz 300 000 zivju konservu. Uzņēmumam ir inovatīva rūpnīca ar tehnoloģiski progresīvām ražošanas līnijām, savu saldētavu, lielu noliktavu un kūpinātavu. Uzņēmums atbilst augstāko kvalitātes standartu prasībām ar IFS, BRC, MSC un ASC sertifikātiem un tā apgrozījums 2017. gadā bija 40.7 miljoni EUR.	• Zivju pastētes ŁOSOŚ (www.lososustka.com) • Pastētes • Kūpinātas zivis • Zivju marinādēs • Zivju salāti
	Contimax S.A. ražo un piegādā pārstrādātus zivju produktus gan Polijas, gan ārzemju tirgiem. Produkcijas klāstā ir makreļu, laša, siļķes unbrētliņu konservi. Uzņēmums pārdod savus produktus lielveikalu ķēdēs, kā arī Cash and Carryvairumtirgotāju starpniecību. Contimax S.A. tika dibināts 1990. gadā un atrodas Bocnijā, Polijā. Uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā bija 35.7 miljoni EUR.	Contimax (www.contimax.pl) • Zivju konservi • Siļķu marinādes • Siļķu filejas mērcēs un eļļās • Zivju salāti • Kūpinātas zivis • Jūras veltes • Kaviārs
	DEGA uzsāka savu darbību 1992. gada novembrī. Uzņēmumā tiek nodarbināti aptuveni 250 cilvēki un tas ražo vairāk kā 200 dažādi produktus, ieskaitot laša un mencas konservus. Uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā bija 19.9 miljoni EUR.	Dega (www.dega.pl) • Konservi • Zivju salāti • Zivis želejā • Sālītas zivis • Zivju pastētes
	Lucky Union Foods ir vienīgais Surimi produktu ražotājs Polijā. Uzņēmums sāka darboties 2008. gadā, izmantojot zināšanas un pieredzi, ko sniedza Lucky Union Foods Co., Ltd., Taizeme, kas ir vadošais plašu saldētu surimi produktu eksportētājs. Uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā bija 19.1 milj EUR.	Luf Euro (www.luf-euro.pl) • Surimi vakuumā • Surimi nūjiņas • Surimi gabaliņi vakuumā • Surimi vakuumā
	Evrafish ir salīdzinoši jauna konservētu zivju ražotne kas sāka savu darbību 2007. gadā. Uzņēmumam ir vairāk nekā 80 produkti un tas fokusējas uz augstas kvalitātes produktu ražošanu. Produkcijas klāstā ir makreles, siļķes, brētliņu, laša, foreles un mencas konservi. Uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā bija 16.4 miljoni EUR.	Evra Fish (www.evrafish.com) • Konservi • Zivju salāti • Kūpinātas zivis
	AJTEL ir ražošanas uzņēmums ar divām modernām ražotnēm Polijā un Islandē. Uzņēmums tika dibināts 1996. gadā. 2003. gadā uzņēmums ieguva atļauju eksportam uz Eiropas Savienības valstīm. Uzņēmums nodarbina 30-70 cilvēkus, atkarībā no vajadzības. Tā apgrozījums 2017. gadā bija 9.6 miljoni EUR.	Ajtel (www.ajtel.pl) • Konservi • Saldētas zivis (laši, mencas)

Avots: Eurofish

4.2. Produkcijas klāsts

4.2.1 Zivju konservu produkcijas klāsts

Zivju un citu jūras velšu produkcijas klāsts Polijas mazumtirdzniecības veikalos ir plašs, patērētājam piedāvājot dažādu garšu, iepakojumu un cenu kategoriju produktus (tabula 4-2).

tabula 4-2

Polijas zivju konservu ražotāju produktu klāsts un mazumtirdzniecības cenas

Attēls	Produkta nosaukums	Cena par 1 iepakojumu, EUR	Produkta svars (g)	Cena par 1 kg, EUR	Mazumtirdzniecības ķēde
	GRAAL - tunča gabali mājas gaumē	1.38	170	8.11	Auchan
	GRAAL - Ziemas brētliņas eļļā	0.89	170	5.26	Auchan
	GRAAL - Salāti ar pikantu makreli	0.53	130	4.04	Auchan
	SUPERFISH - Tunča gabaliņi dārzeņu eļļā	1.44	185	7.77	Auchan
	LOSOSŲ USTKA - Salāti ar tunci	0.5	170	1.96	Auchan
	LISNER - Tunča gabaliņi mājas gaumes mērcē	1.61	170	9.48	Tesco
	LISNER - Makreles fileja tomātu krēmā	1.45	175	8.53	Tesco
	LISNER - Siļķu filejas tomātu krēmā	1.54	175	8.81	Tesco
	DEGA – Pikanti salāti ar makreli	0.53	130	4.06	Tesco
	GRAAL Salatino - Tuncis ar žāvētiem tomātiem	1.86	160	11.65	Tesco
	LOSOSŲ USTKA - Brētliņas tomātu mērcē	0.68	175	3.87	Tesco

	CONTIMAX - Sagriežta siļķe no sirds siļķes filejas	1.84	300	6.14	Tesco
	SUPERFISH - Siļķu filejas ar kaltētiem tomātiem	1.8	650	8.98	Carrefour
	SUPERFISH PRESTIGE - Sarullētas anšovu filejas eļļā	2.72	95	27.18	Carrefour
	SUPERFISH Greek - cepta mencas fileja	1.12	150	7.45	Carrefour

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

Zivju un citu jūras velšu produkcijas klāsts Polijas mazumtirdzniecības veikalos ir plašs, patērētājam piedāvājot dažādu garšu, iepakojumu un cenu kategoriju produktus. Būtiski norādīt, ka dažādās veikalu ķēdēs var atšķirties piedāvāto produktu cenu līmenis, nodrošinot pilnīgu produktu piedāvājumu. Mazumtirdzniecības veikalu produkcijas klāstu papildina arī lielāko mazumtirdzniecības ķēžu privātie zīmoli, radot konkurenci ražotāju vidū, tādā veidā ietekmējot zivju un citu jūras velšu cenu līmeni. Līdz ar to var novērot, ka ražotāji izvēlas dažāda veida iepakojumus saviem produktiem – citi izmanto stikla iepakojumus, tādā veidā parādot iepakojuma saturu, citi izmanto plastmasas iepakojumus, bet vairums izvēlās klasiskus metāla konservu iepakojumus.

Neraugoties uz būtisko zivju konservu ražotāju skaitu Polijā, lielākie mazumtirdzniecības veikali – Carrefour, Tesco un Auchan - ir izveidojuši savu privāto zīmolu līnijas un izplata jūras veltes un zivju konservus. Šo zīmolu produkti ir sastopami visās mazumtirdzniecības veikalu grupās kā zemo cenu veikalos, tā augstāka cenu līmeņa veikalos un luksusa (premium) klases veikalos.

4.2.2 Surimi produkcijas klāsts

Analizējot surimi produktu klāstu, lielākajos interneta veikalos Polijā, var novērot, ka produkcijas klāsts ir ļoti šaurs un izvēle ir maza - veikalos Tesco un Carrefour ir atrodamī viena veida surimi produkti. Izteikti parādās tendence, ka mazumtirdzniecības tīkli tirgo sava zīmola ražotos produktus - no apskatītajiem interneta veikaliem tikai veikala Auchan produkcijas klāstā ir sastopama cita ražotāja, Almar, ražotie surimi produkti (tabula 4-3). Salīdzinot ar bagātīgo zivju konservu klāstu veikalu piedāvājumā, surimi produkti nav tik plaši sastopami, tāpēc ir novērojams, ka produkcijas klāstā ir pieejams ierobežots produktu iepakojumu lielums, tas variē no 200 līdz 300 gramiem. Tesco savā piedāvājumā iekļāvis saldētus surimi produktus, savukārt Auchan un Carrefour produkcijas klāstā ir iekļauti atdzesēti surimi produkti. Polijas tirgū lielākais surimi produktu ražotājs ir Lucky Union Foods, kura darbība ir vērsta tieši uz šo produktu ražošanu un izplatīšanu. Uzņēmums piedāvā dažāda veida surimi produktus, piemēram, surimi vakuuma iepakojumā vai klasiskajā iepakojumā, kā arī ir iespējams iegādāties sagrieztus surimi gabaliņus vakuuma iepakojumā vai klasiskajā iepakojumā.

tabula 4-3

Polijas surimi ražotāju produktu klāsts un mazumtirdzniecības cenas

Attēls	Produkta nosaukums	Cena par 1 iepakojumu, EUR	Produkta svars (g)	Cena par 1 kg, EUR	Mazumtirdzniecības ķēde
	CARREFOUR - Surimi nūjiņas	1.15	200	5.75	Carrefour
	ALMAR - Surimi krabju nūjiņas	1.25	200	6.21	Auchan
	AUCHAN - Surimi krabju nūjiņas	1.84	300	6.14	Auchan
	TESCO - Surimi nūjiņas	0.85	250	3.40	Tesco

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

5. TIRGUS PIEEJAMĪBA UN IZPLATĪŠANAS KANĀLU PĀRSKATS

5.1. Izplatīšanas struktūra

Jūras produkti Polijā lielākoties tiek pārdoti dažādos veikalos, iekļaujot specializētos veikalus, dažāda izmēra lielveikalus, kā arī mazos, neatkarīgos veikalus. Lielveikalos zivju produktiem tiek atvēlētas visvairāk vietas un tiek nodrošināta vislielākā produktu izvēle. Daudzi lielveikali piedāvā plašu svaigu jūras produktu klāstu, tai skaitā akvārijus ar dzīvām zivīm. Tipiski mazie, neatkarīgie veikali nepiedāvā šādu produkciju, bet piedāvā pārstrādātus zivju produktus, kā arī saldētas zivju filejas ar zīmolu un produktus bez noteikta zīmola [15].

HoReCa sektors 2016. gadā Polijā sastādīja 0.15 procentus no vispārējās Polijas tirgus vērtības, kas 2016. gadā bija 416 miljardi EUR, HoReCa sektoram pamatā piedāvājot pakalpojumus tūristiem. Neraugoties uz Polijas iedzīvotāju tendenci neizvēlēties HoReCa sektora piedāvātos pakalpojumus, nepieciešams norādīt, ka 2017. gadā HoReCa sektors pieauga par 6%, un industrijas prognozes paredz, ka turpmākajos gados industrijas un nepieciešamība pēc tās turpinās palielināties, paplašinot industrijas tirgus daļu. Kā būtiskākie izaugsmes iemesli ir jānorāda Polijas iedzīvotāju ienākumu palielināšanās, kā arī ievērojams vietējā un starptautiskā tūrisma pieaugums [12]. Minimālā alga Polijā 2017. gadā bija 461 EUR, kas bija par 35 EUR vairāk, salīdzinot ar 2016. gadu, kad minimālā alga bija 426 EUR. Ņemot vērā salīdzinoši zemo HoReCa sektora tirgus daļu, ir nosakāms, ka zivju patēriņš HoReCa sektorā ir salīdzinoši zems. Polijas patērētāji zivju produktus lielākoties izvēlas lietot mājās, tos neizvēloties ārpus mājas, kas galvenokārt ir pamatojams ar salīdzinoši zemo Polijas iedzīvotāju ienākumu līmeni, jo zivju produkti restorānos un bāros ir krietni dārgāki nekā citas alternatīvās izvēles. Gadījumos, kad Polijas patērētājs izdara izvēli par labu svaigiem zivju produktiem ārpus mājas restorānos, patērētāji galvenokārt izvēlas lasi. Savukārt, konservētus un pārstrādātus zivju produktus sabiedrības daļa ar zemāku ienākumu līmeni lieto mājās apstākļos [2]. Polijā redzamākā specializētā zivju un jūras velšu restorānu ķēde ir North Fish (www.northfish.pl), tās apgrozījums 2017. gadā pārsniedza 19 miljonus EUR, kas bija par 1.5 miljoniem EUR vairāk, salīdzinot ar 2016. gadu. Redzamākie HoReCa piegādātāji Polijā ir Iglomen (www.iglomen.pl) un Biofood Farutex (www.farutex.pl). Abi uzņēmumi piegādā dažādu kategoriju pārtikas produktus, tai skaitā, plašu piedāvājumu zivju un citu jūras produktu kategorijā. Ņemot vērā industrijas specifiku un produkcijas īso realizācijas termiņu, Polijas zivju pārstrādes un zvejas uzņēmumi, kas nodrošina produktu piegādi HoReCa sektoram, produkciju piegādā tieši no pārstrādes rūpnīcām.

5.2. Vairumtirdzniecības kanāli

Pārtikas preču vairumtirdzniecības sektors 2017. gadā Polijā veidoja 14.1% no kopējā vairumtirdzniecības tirgus. Atbilstoši jaunākajiem Polijas Centrālā statistikas biroja sniegtajiem datiem, 2017. gadā pārtikas produktu vairumtirdzniecības apjoms bija 41.9 miljardi EUR, salīdzinot ar 2016. gadu, apgrozījums ir audzis par 4.4 miljardiem EUR jeb par 10.5% [11].

Polijā darbojas vairāki ievērojami saldētu produktu loģistikas centri, kas nodrošina svaigu un saldētu zivju produktu apriti valstī. Uzņēmumi ir labi aprīkoti, un tie piedāvā pilnu pakalpojumu klāstu, tai skaitā, zivju produktu uzglabāšanu,

transportēšanu un komplektēšanu. Kā lielākos loģistikas centrus var minēt Frigo Logistics (www.frigologistics.pl), Jago S.A. Pago (www.pago.net.pl) Nagel Polska (www.nagel-group.com), Solstor (www.solstor.co.uk). Specializēts zivju produktu izplatīšanas tīkls Polijā vēl tiek attīstīts, tāpēc ir novērojams, ka lielākajām mazumtirdzniecības ķēdēm ir savi loģistikas centri, tomēr svaigu un saldētu zivju un jūras velšu produkti tiek piegādāti ar iepriekšminēto specializēto loģistikas centru starpniecību. Citi mazumtirgotāji iepērk zivju produktus no vairumtirgotājiem. Valstī darbojas Polskie Centrum Dystrybucji Ryb (www.pcd.com.pl), pārstāvēt sešus Polijas zivju produktu izplatītājus, ar mērķi panākt efektīvu zivju produktu izplatīšanas procesu visā valstī. Apvienība ir atvērta jaunu zivju produktu izplatītāju un vairumtirgotāju uzņemšanai [12].

5.2.1 Lielākie pārtikas vairumtirgotāji

Lielākos pārtikas vairumtirgotājus Polijā, galvenokārt, var sadalīt divās grupās - tradicionālā tipa vairumtirgotājos, ar specializāciju pārtikas un HORECA sektoram nepieciešamo produktu izplatīšanā, un Cash&Carry tipa vairumtirgotājos, kuru izplatītās produkcijas klāsts nereti ietver arī dažādas ne-pārtikas produktu kategorijas. Lielākie pārtikas vairumtirgotāji, kuru piedāvātās pārtikas produktu klāsts ietver zivju konservus, norādīti tabulā tabula 5-1.

tabula 5-1

Lielākie pārtikas vairumtirgotāji Polijā

Logo	Par uzņēmumu	Vairumtirdzniecības kategorija
	Makro Cash & Carry Poland www.makro.pl Makro Cash and Carry ir vairumtirgotājs, kurš piegādā dažāda veida pārtiku, tostarp jūras veltes gan svaigas, gan saldētas. 2017. gadā Makro cash & carry apgrozījums Polijā pārsniedza 1.8 miljardus EUR.	Tradicionālā un C&C vairumtirdzniecība
	Eurocash www.grupaeurocash.pl Lielākais FMCG preču izplatītājs Polijā ar vairāk kā 180 vairumtirdzniecības vietām kas piedāvā preces maziem un vidējiem pārtikas veikaliem. Eurocash piedāvā ap 5000 preču un tā apgrozījumu 2017. gadā pārsniedza 1.5 miljardus EUR.	Vispārējā C&C vairumtirdzniecība
	PT Dystrybucja www.ptdystrybucja.pl PT ir FMCG preču vairumtirgotājs ar salīdzinoši zemām cenām. Viņi tirgo ēdienu, alkoholu, tabaku u.c. produktus. Šim uzņēmumam ir vairākas vairumtirgošanas vietas visā Polijā. Šī uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā sasniedza 500 miljonus EUR.	Tradicionālā vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība
	Brand Distribution www.bdgroupe.pl Brand Distribution ir Polijas vairumtirdzniecības uzņēmums, kurš ar savu vairāk kā 20 gadu ilgo pieredzi pārdod zīmolu preces. Uzņēmums nodarbojas gan ar pārtikas, gan sadzīves preču tirgošanu. Šis uzņēmums sadarbojas ar veikaliem Amerikas Savienotajās Valstīs, Eiropā, Krievijā un citur. 2017.gadā Brand Distribution apgrozījums	Tradicionālā vairumtirdzniecība

	pārsniedza 42 miljonus EUR.	
	Hurtownia-spozywca www.hurtownia-spozywca.pl Uzņēmums ir Polijas vairumtirgotājs, kurš pārdod dažāda tipa produktus, ieskaitot pārtikas preces. Šim uzņēmumam ir arī interneta veikals, kurā var iegādāties varāk kā 14487 produktus. To pārtikas klāsts iekļauj arī konservētus zivju produktus. Šis uzņēmums darbojas jau vairāk kā 20 gadus un 2017. gadā apgrozījums bija 19 miljoni EUR.	Tradicionālā vairumtirdzniecība
	Stanro www.stanro.eu Stanro ir pārtikas vairumtirgotājs, kurš piedāvā aptuveni 14000 dažādu produktu un tos eksportē uz vairāk kā 7 valstīm. Stanro piedāvā lētas cenas un augstas klases servisu 24 stundas diennaktī.	Tradicionālā vairumtirdzniecība

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

5.2.2 Specializētie un citi vairumtirgotāji

Kā, iepriekš minēts, Polijas tirgū strādā specializēti pārtikas vairumtirgotāji, kuri piedāvā savu produkciju mazumtirdzniecības ķēdēm, kā arī HORECA segmenta uzņēmumiem. Galvenie specializētie un citi Polijas tirgū pastāvošie vairumtirgotāji, kuru produktu klāsts ietver zivju konservus, ir norādīti tabula 5-2.

tabula 5-2

Specializētie un citi vairumtirgotāji Polijā

Logo	Par uzņēmumu	Vairumtirdzniecības kategorija
	Bid Food Farutex www.farutex.pl Bio Food Farutex ir viens no lielākajiem zivju produktu vairumtirgotājiem Polijā. Šis uzņēmums tirgo savu produkciju HoReCa sektoram. To produktu klāsts iekļauj svaigas, saldētas un pārstrādātas zivis, kā arī surimi nūjiņas. Farutex apgrozījums 2017.gadā bija 199 miljoni eiro.	Specializētā vairumtirdzniecība HoReCa sektoram. Tirgo svaigas, saldētas un pārstrādātas zivis, arī surimi nūjiņas
	ProFish www.profish.pl ProFish ir Poļu jūras velšu vairumtirgotājs, kurš sadarbojas ar citiem Polijas jūras produktu izplatītājiem. ProFish piedāvājumā ir gan svaigas, gan saldētas un atdzesētas zivis, kā arī citas jūras veltes svaigā, atdzesētā, saldētā un pārstrādātā veidā. Piedāvā arī konservus un surimi nūjiņas. 2017.gadā apgrozījums bija 114 miljoni eiro.	Specializētā vairumtirdzniecība - zivis (svaigas, saldētas, atdzesētas), jūras veltes, arī zivju konservi un surimi nūjiņas
	Mare Foods www.marefoods.pl Mare Foods ir svaigu un saldētu zivju vairumtirgotājs, kurš gan importē zivis no citām valstīm, gan tirgo vietējo produkciju. Uzņēmums sastrādājas arī ar citiem poļu vairumtirgotājiem. 2017. gadā Mare Foods apgrozījums sasniedza 10.5 miljonus eiro.	Specializētā vairumtirdzniecība - svaigas, saldētas zivis
	Lux Fish www.luxfish.pl Lux Fish ir poļu uzņēmums, kurš nodarbojas ar saldētu zivju un citu jūras produktu	Specializētā vairumtirdzniecība - saldētas zivis un citi jūras

	vairumtirdzniecību vietējā un Eiropas tirgū. Uzņēmuma apgrozījums 2017. gadā sasniedza 8.2 miljonus eiro.	produkti
	Pesca Nord www.pescanord.pl Pesca Nord ir poļu uzņēmums, kurš nodarbojas ar pārstrādātu uz svaigu jūras produktu (ieskaitot surimi nūjiņas) vairumtirdzniecību HoReCa sektoram un mazumtirgotājiem. Šī uzņēmuma apgrozījums 2017.gadā bija nedaudz virs 5 miljoniem EUR.	Specializētā vairumtirdzniecība HoReCa sektoram un mazumtirgotājiem.
	Aquarian www.aquarian.com.pl Aquarian ir zivju un citu jūras velšu izplatītājs un vairumtirgotājs, kuram ir sadarbība ar lielākajiem Polijas uzņēmumiem, kas nodarbojas ar saldētu jūras produktu pārdošanu. Uzņēmums nedēļā pārstrādā un iepakoj aptuveni 60000 kg produktu. 2017.gadā uzņēmuma apgrozījums bija 1.1 miljoni EUR.	Specializētā vairumtirdzniecība - saldētas zivis un citi jūras produkti
	Pirania I www.hurtowniaryb24.pl Pirania ir zivju produktu vairumtirdzniecības uzņēmums, kurš savu atpazīstamību ieguvis Malopolskas tirgū, Polijā. Uzņēmuma piedāvājumā ir svaigas, saldētas, kūpinātas un vairākos veidos pārstrādātas un iepakotas zivis. Viņi piedāvā arī zivju konservus un surimi nūjiņas.	Specializētā vairumtirdzniecība - svaigas, saldētas, kūpinātas zivis, pārstrādāti jūras produkti, tai skaitā konservi un surimi nūjiņas

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

5.3. Mazumtirdzniecības kanāli

Ar gandrīz 40 miljoniem iedzīvotāju Polija ir Centrālās un Austrumeiropas pārtikas un dzērienu lielākais tirgus. Polijas pārtikas mazumtirdzniecības sektora vērtība 2017. gadā bija 41.6 miljardi EUR, kas bija par 4.7% vairāk nekā 2016. gadā [11]. Dominējušie veikalu veidi 2016. gadā bija hipermarketi un supermarketi, kas sastādīja 70% no kopējās industrijas vērtības. Hipermarkets ir liela izmēra tirdzniecības vieta, kas apvieno pārtikas lielveikalu un citu preču veikalus, kurā pieejams plašs produktu klāsts un tas tipiski atrodas ārpus pilsētas, turpretī supermarkets ir liels pašapkalpošanās veikals ar plašu sortimentu, kurā iespējams iegādāties pārtikas produktus un mājāsaimniecības preces. Polijas mazumtirdzniecības nozarē cenu konkurence ir noteicošais faktors Polijas pārtikas tirgotāju vidū. No visas produktu pārdotās vērtības 2016. gadā 30% veidoja produkti, kuriem bija piemērotas atlaides [14]. Galvenie zivju un citu jūras produktu un konservu mazumtirdzniecības izplatīšanas kanāli ir tieši mazumtirdzniecības ķēdes, tai skaitā zemo cenu veikali, hipermarketi un supermarketi. Zemo cenu veikalu ķēžu īpatsvars kopējā tirgus ietilpībā 30% apmērā ir visievērojamākais [8].

5.3.1 Lielākie mazumtirgotāji

Polijas mazumtirdzniecības sektorā dominē daudznacionālas veikalu ķēdes (skatīt 8. tabulu), Tesco (Lielbritānija), Auchan (Francija), Carrefour (Francija), kā arī tādas zemo cenu ķēdes kā Biedronka (Portugāle) un Lidl (Vācija). Cenu konkurences dēļ, lielākās mazumtirdzniecības ķēdes bieži vien ir spiestas noteikt mazu produktu uzcenojumu. Galvenās vietējās mazumtirdzniecības ķēdes ir Levitan, Spolem, un

Carrefour Express. Galvenā augstas jeb luksusa klases mazumtirdzniecības ķēde Polijā ir Piotr i Pawel, gandrīz ar 140 veikaliem visā Polijā [14].

Lielākie mazumtirgotāji norādīti tabula 5-3.

tabula 5-3

Lielākie mazumtirgotāji Polijā

Logo	Par uzņēmumu	Vairumtirdzniecības kategorija
	Biedronka www.biedronka.pl Lielākā zemo cenu supermārketu ķēde Polijā. Uzņēmumam ir vairāk nekā 2850 veikalu un 2017. gadā tas nodarbināja 55 tūkstošus cilvēku. Esot zemu cenu veikalam, Biedronka veikali fokusējas uz klientu piesaisti ar zemākām produktu cenām. 2017. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 14.7 miljardi eiro.	Lielveikali (Biedronka)
	Lidl www.lidl.pl Starptautiska zemo cenu lielveikalu ķēde, bāzēta Vācijā. Tās izplatīšanas tīkls Eiropā aptver vairāk kā 10 000 veikalu. Polijā ir 670 Lidl supermārketi. Lidl pieder Schwarz-Gruppe, kar pārvalda arī Kaufland veikalu ķēdi. 2015. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 2.8 miljardi eiro.	Zemo cenu veikali (Lidl)
	Kaufland www.kaufland.pl Vācu supermārketu ķēde un otrā lielākā ķēde Polijā. Kaufland Polijā ir 177 veikali. 2019. gadā Kaufland plāno modernizēt esošos veikalus un atvērt jaunus. Modernizācija iesākta jau 2018. gadā un renovētie veikali ir spējīgi piedāvāt svaigu produkciju lielākos apjomos. 2016. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 2.3 miljardi eiro.	Hipermārketi (Kaufland)
	Auchan Polska www.auchan.pl Auchan grupa ir lielveikalu ķēde, bāzēta Francijā. Grupa darbojas 15 pasaules valstīs ar vairāk nekā 2000 veikaliem. Uzņēmumam ir 109 veikali Polijā un tas nodarbina vairāk nekā 13 tūkstošus cilvēku. 2017. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 3.1 miljardi eiro.	- Hipermārketi (Auchan Hyper) - Lielveikali (Auchan Super)
	Tesco Polska www.tesco-polska.pl Tesco ir starptautiska lielveikalu ķēde ar mātes uzņēmumu Lielbritānijā. 2017. gadā Tesco Polijā reģistrēti 418 veikali. 2018. gadā iesākta veikalu optimizācija un vairāki veikali tika slēgti. 2019. gada janvārī slēgti 32 veikali. 2017. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 3.1 miljardi eiro.	- Hipermārketi (Tesco Hypermarket) - Lielveikali (Tesco Supermarket) - Nelieli veikali (Tesco Extra, Tesco Mati Hypermarket)
	Carrefour www.carrefour.pl Carrefour ir otra lielākā mazumtirdzniecības ķēde pasaulē. Tās veikali ir atrodami vairāk nekā 35 pasaules valstīs, to skaitam teju sasniedzot 12 tūkstošus. Grupā kopā ir nodarbināti vairāk kā 400000 cilvēku. Polijā uzņēmums ir atvēris 750 veikalus un 2017. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 2.6 miljardi eiro.	- Hipermārketi (Carrefour) - Nelielie veikali (Carrefour Express)

	Metro Group www.makro.pl Metro group ir viena no lielākajiem tirdzniecības uzņēmumiem pasaulē un tajā ietilpst gandrīz 2200 mazumtirdzniecības veikalu. Metro Grupa Polijā darbojas kopš 90- to gadu vidus. Makro Cash&Carry ir ienesīgākie Metro Grupas veikali Polijā. To skaits sasniedz 40. 2017. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 2.1 miljardi eiro.	• Cash&Carry (Makro Cash&Carry)
	Zabka www.zabka.pl Zabka ir viena no lielākajām mazumtirdzniecības ķēdēm Polijā. Tajā ietilpst 5000 mazo veikalu, kuri izvietoti visā Polijā. 2017. gadā uzņēmuma apgrozījums bija 1.2 miljardi eiro. Zabka veikali atrodami arī Čehijā.	• Nelielie veikali (Zabka)

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

5.3.2 Specializētie un citi mazumtirgotāji

Specializētie zivju veikali 2017. gadā bija vismazākā veikalu kategorija Polijā, un šādi 1,100 veikali sastādīja tikai 0.3% no veikalu kopskaita (355,000) [11]. Lielākoties šādi veikali ir ļoti nelieli vietējās apkaimes veikali. Retos gadījumos tie savstarpēji veido mazumtirdzniecības ķēdes, izmantojot franšīzes (tabula 5-4). Nozīmīgākā specializētā mazumtirdzniecības ķēde ir Delikatesy Łosos (www.delikatesylosos.pl), kurai 2018. gadā bija 16 veikali Krakovas apkārtnē. Vairāki specializētie mazumtirdzniecības veikali ir atrodami vairumtirgotājiem un ražotājiem, kuri paši importē vai ražo, un pārdod tajos savu produkciju paralēli citām savām aktivitātēm, kā piemērus šādiem uzņēmumiem var minēt Marlin Krakow (www.rybymarlinkrakov.pl), kuram ir 5 mazumtirdzniecības veikali Krakovā, un Fileryb (www.fileryb.pl) ar 7 veikaliem Varšavas piepilsētā Plokā, kā arī GADUS (www.gadus.pl), kura veikali atrodas Varšavā. Šajā kategorijā vēl var minēt arī specializētos interneta veikalus, kuru darbība pārklāj dažādus Polijas reģionus. No tiem nozīmīgākie ir Sklep Rybny Laguna (www.skleptrybnylaguna.pl) un Irybka (www.irybka.pl).

tabula 5-4

Specializētie mazumtirgotāji Polijā

Logo	Par uzņēmumu	Vairumtirdzniecības kategorija
	Delikatesy Łosoś www.delikatesylosos.pl Specializētā zivju veikalu ķēde, kas piedāvā svaigas, kūpinātas un saldētas zivis, kā arī pārstrādātu vietējo un ārzemju ražotāju zivju produktus un citas jūras veltes. Uzņēmums tirgū darbojas 18 gadus, un tam pieder 16 veikali.	• Specializēto veikalu ķēde (Łosoś)
	Marlin Krakow www.rybymarlinkrakov.pl Uzņēmums dibināts 1992. gadā, un tam pieder 5 veikali. Marlin pieder arī vairumtirdzniecības uzņēmums, kas apkalpo lielu daļu Krakovas restorānu. Veikalos pieejamas svaigas, kūpinātas un saldētas zivis, kā arī siļķu konservi un citas jūras veltes. Uzņēmums nodarbojas arī ar zivju pagatavošanu un veikalā piedāvā ceptas un tvaicētas zivis.	• Specializēto veikalu ķēde (Marlin Krakow)

	Fileryb www.fileryb.pl Uzņēmums nodarbojas ar zivju pārstrādi, izplatīšanu, vairumtirdzniecību un mazumtirdzniecību. Uzņēmums piedāvā svaigas un pārstrādātas zivis, kā arī iespējams iegādāties dzīvas zivis.	• Specializēto veikalu ķēde (Fileryb)
	Gadus www.gadus.pl Gadus nodarbojas ar zveju un zivju pārstrādi, un tam pieder arī sava specializētā veikalu ķēde, kurā tiek piedāvātas svaigas un saldētas zivis, kā arī citas zivju delikateses.	• Specializēto veikalu ķēde (Delikatesy Rybne Gadus)
	Sklep Rybny Laguna www.skleprzybnylaguna.pl Sklep Rybny Laguna ir interneta veikals, kas specializējies zivju tirdzniecībā. Piedāvāto produktu klāstā ir svaigas, saldētas un kūpinātas zivis, kā arī zivju konservi un citi zivju produkti.	• Specializēto veikalu ķēde (Sklep Rybny Laguna)
	Irybka www.irybka.pl Irybka ir interneta veikals, kas izveidots 2016. gadā balsoties uz īpašnieku 25 gadu pieredzi tradicionālajā tirdzniecībā. Interneta veikals piedāvā plašu zivju klāstu, tai skaitā svaigas, kūpinātas un saldētas zivis. Uzņēmums piedāvā arī pārstrādātus zivju produktus un konservus, kā arī jūras veltes.	• Interneta veikals (Irybka)

Avots: USDA Foreign Agricultural Service

6. TIRDZNIECĪBAS VEICINĀŠANA

Latvijas zivju produktu tirgus veicināšanai būtu nepieciešams izstrādāt integrētu nozares mārketinga komunikāciju stratēģiju t.i. mārketinga komunikācijas veidu un izplatīšanas kanālu kompleksu plānošanu, organizēšanu, vadīšanu un kontroli saskaņā ar citām mārketinga mikss aktivitātēm un tirgus dalībniekiem. Kamēr tādas stratēģija nav, uzņēmumiem Polijas tirgū būtu lietderīgi:

1. Plašākas veicināšanas kampaņas izstrādāšana, izceļot Latvijas ilgstošās zvejniecības un zivju pārstrādes tradīcijas, produktu specifiku un unikalitāti.

2. Patērētājiem paredzētajā informācijā tādu nozīmīgu faktoru uzsveršana kā dabiskums, vienkāršība un augsta kvalitāte, informāciju izplatot produktu izstādēs, kā arī nododot tiešā veidā potenciālajiem sadarbības partneriem

3. Produktu informācijas izvietošana esošajās interneta vietnēs, kā arī atsevišķu interneta reklāmu veidā

4. Esošā produktu piedāvājuma interneta izplatīšanas paplašināšana.

5. Tirgū nepieciešams virzīt spēcīgus zīmolus ar labu atpazīstamību, kuras nodrošināšanai ir lietderīgi tirgus veicināšanas pasākumi.

6. Turpināt piedalīties starptautiskajā pārtikas izstādēs Eiropā un kādā no Polijas izstādēm. Piemēram, “Warsaw Food Expo”, lai pārliecinātu tirgus dalībniekus, ka Latvijas zivju apstrādes nozare ir konkurētspējīga, prognozējama un uzticama.

Strādājot Polijas tirgus virzienā, jāņem vērā arī daži aspekti un iespējas, kā nodrošināt, lai ražotājs ir pamanāms vienotajā tirgū. Ir nepieciešama palīdzība no vēstniecības vai LIAA tiešo kontaktu meklēšanā. Potenciālajiem pasūtītājiem svarīgākie faktori ir stabilitāte, izvēles iespējas jeb produkcijas daudzveidība, iepakojums, drošība (kvalitātes kontrole), cena, tās stabilitāte un elastība.

TIRGUS PERSPEKTĪVAS: SECINĀJUMI UN IETEIKUMI

Būtisks Polijas lielās pievilcības iemesls - liels iedzīvotāju skaits (un līdz ar to liels iekšzemes tirgus), kas varētu mudināt nozares uzņēmējus veikt investīcijas un ražot preces šim tirgum.

Polijas zivju pārstrādes nozare ir piedzīvojusi izaugsmi pēdējo 10 gadu laikā, un tā ir spējusi būtiski palielināt pārstrādāto zivju produktu eksporta apjomu. Tai pašā laikā, ir redzams, ka imports ir būtiski lielāks saldētu zivju kategorijā nekā konservētu zivju kategorijā, norādot uz nepieciešamību pēc zivju importa tālākai pārstrādei un spēju saražot gatavo produkciju vietējā tirgus apmierināšanai. Tādējādi Latvijas ražotājiem ir lielākas iespējas tirgū piedāvāt produktus, kas domāti tālākai pārstrādei, jo šādi produkti Polijā tiek importēti daudz lielākā apmērā kā gatava produkcija, piemēram, zivju konservi, tūlītējam patēriņam.

Latvijas ražotāju iespējas pārstrādāto zivju produktu kategorijā Polijas tirgū ierobežo spēcīgie vietējie ražotāji, kas ražo augstas kvalitātes produkciju, kas ir spējīga apmierināt vietējo tirgu un ir konkurētspējīga arī ārzemju tirgos. Vietējie ražotāji salīdzinājumā ar ārzemju ražotājiem piedāvā savu produkciju par zemākām cenām, tādēļ, lai iekļūtu tirgū ir jānosaka citi galvenie konkurētspējas faktori, par galveno nenosakot cenu. Latvijas ražotāji kā galvenos faktoros var izvirzīt, piemēram, inovatīvu produkta iepakojumu, augstu produktu kvalitāti, vai jaunas produktu garšas. Vēl jo vairāk, jāņem vērā, ka Latvijas ražotāju iespējas ierobežo Polijas iedzīvotāju zema zivju produktu patēriņš, kas ir uz pusi mazāks kā Eiropas Savienības vidējais rādītājs.

Secinājumi

- 1) Polijas iedzīvotāju zivju un jūras produktu patēriņš ir relatīvi neliels, un tas nepalielinās.
- 2) Iedzīvotāju zivju un jūras produktu patēriņā dominē relatīvi lētāki produkti.
- 3) Patērētāju uztverē palielinās tādu produktus raksturojošu faktoru nozīmīgums kā kvalitāte un izcelsme.
- 4) Lielai daļai Polijas izplatītāju ir bijusi pieredze ar Latvijas zivju produkciju. Tie ir gatavi izskatīt Latvijas surimi produkcijas piedāvājumus.
- 5) Surimi ražotājam ir jābūt MSC sertifikātam.
- 6) Patērētāju izpratne mainās, pieaugot veselīgāka dzīvesveida popularitātei, t.sk. veselīga uztura. Pie veselīga uztura produktiem pieskaitāmi surimi.
- 7) Surimi ir sakapāta un apstrādāta zivs fileja, kas tiek pārveidota par viendabīgu masu. Pievienojot dažādas piedevas, tiek pagatavoti surimi produkti. Tie ir bagāti ar proteīniem, satur maz kaloriju, ir veselīgi un mūsdienīgi.
- 8) Pārmaiņas patērētāju uztverē ir pakāpeniskas un samērā lēni notiekošas.
- 9) Surimi piedāvājumu veidošanā pastiprināta vērība tiek veltīta jaunām produktu garšas īpašībām un produktu iepakojumu daudzveidībai.
- 10) Gados jaunu un ekonomiski aktīvu iedzīvotāju interese pārvirzās uz viegli un ātri pagatavojamiem veselīgiem zivju produktiem. Šajā patērētāju grupā ražotāju piedāvājums fokusējas uz tādiem tīriem produktiem, kuru sastāvā neietilpst konservanti, garšas pastiprinātāji un citas sintētiskas sastāvdaļas.

- 11) Sakarā ar augstas kvalitātes zivju un jūras produktu pieprasījuma pieaugumu tirgū palielinās arī attiecīgo surimi produktu importa izplatīšanas iespējas.
- 12) Cena ir nozīmīgs faktors Polijas zivju pārstrādes izejvielu importa tirgū.
- 13) Polijas vietējie ražotāji piedāvā augstas kvalitātes konkurētspējīgu zivju konservu produkciju gan vietējā tirgū, gan arī ārzemju tirgos, bet surimi produkciju ļoti ierobežotā daudzumā.
- 14) Cena nav uzskatāma par galveno konkurētspēju noteicošo faktoru Polijas patēriņa tirgū, t.sk. surimi tirgū.
- 15) Vietējo ražotāju piedāvājumā tiek attīstīti spēcīgi un atpazīstami zīmoli.
- 16) Konkurenci tirgū saasina arī lielāko mazumtirdzniecības ķēžu privātie zīmoli.
- 17) Surimi produkcijas piedāvājums vietējā tirgū ir neliels un šaurs.
- 18) Zivju produktu piegādes ķēdē darbojas gan parastie, gan arī specializētie vairumtirgotāji
- 19) HoReCa sektora īpatsvars patēriņā ir nenožīmīgs.
- 20) Zivju produktu mazumtirdzniecībā lielākais īpatsvars ir mazumtirdzniecības tīkliem. Specializēto veikalu īpatsvars mazumtirdzniecībā ir nenožīmīgs.
- 21) Lielākais surimi produktu ražotājs Polijā ir Lucky Union Food, bet lielākais izplatītājs ir Viciunai grupa (Vici zīmols).

Ieteikumi

- 1) Lētāku, mazāk kvalitatīvu surimi produktu piedāvājuma virzīšana Polijas piesātinātajā un nepieaugošajā zivju produktu patēriņa tirgū nav uzskatāma par lietderīgu.
- 2) Polijas tirgū nepieciešams piedāvāt kvalitatīvus, īpaši atsevišķiem patērētāju segmentiem izveidotus ātri pagatavojamus produktus daudzveidīgā iepakojumā ar pazeminātu konservantu un garšas pastiprinātāju saturu par augstākām cenām, izceļot kvalitātes, izcelsmes un veselīguma faktoros.
- 3) Polijas zivju pārstrādes sektoram ir iespējams piedāvāt cenu ziņā konkurētspējīgas zivju izejvielas.
- 4) Sakarā ar nelielo un šauru piedāvājumu tirgū ir iespējams Latvijas surimi produktu piedāvājuma pieaugums.
- 5) Eksporta potenciāls varētu būt surimi nūjiņām ar 25% un 40% surimi saturu un 7.0-7.5 cm un 18-21 cm garumā.
- 6) Pietiekami lielu apjomu pastāvīga surimi produkcijas piedāvājuma gadījumā, izplatīšana Polijas tirgū ir iespējama ar parasto vai specializēto vairumtirgotāju palīdzību.
- 7) Surimi produktu izplatīšana HoReCa sektorā, kā arī specializētajos veikalos nav īpaši perspektīva.
- 8) Surimi produktu izplatīšana iespējama ar mazumtirdzniecības ķēžu privātiem zīmoliem.
- 9) Tirgū nepieciešams virzīt spēcīgus zīmolus ar labu atpazīstamību, kuras nodrošināšanai ir lietderīgi tirgus veicināšanas pasākumi.

INTERVIJU TRANSKRIPTI

Company Name	ABRAMCZYK
Address	UL. INFLANCKA 7, 85-776 BYDGOSZCZ
Telephone (operator)	+48523445677
Website	www.abramczyk.pl
Contact Person	Joanna Kosakowska
Position	Procurement Manager
Mobile	+48 607 566 722
Email	j.kosakowska@abramczyk.pl
Description	The ABRAMCZYK Co. has been operating since 1989. Since its inception the company has been dealing with buying, processing and selling frozen fish and seafood products in Poland and abroad. The company is owned by the Abramczyk family and is managed by owners and highly skilled managers. Company uses flexible packaging materials for product packing.
Feedback	Conversation with Joanna Kosakowska, Procurement Manager. The consultant reached the company and was informed that the company have not had previous experience with Latvian producers; however, would like consider the products and quality provided by the Latvian companies. Currently their company have a long term contract for 7 or more years with the local producer Lucky Union Food, which is basically the only surimi producer in Poland. The company is mostly interested in the following surimi products – surimi sticks with 40% surimi content and surimi sticks with 25% surimi content. Despite of the long term contract with the local producer, which fully supplies the national market, the company plan to expand their activities regarding surimi distribution outside of Poland and therefore would be interested in information about the Latvian producers, the quality of products, as well as samples. Saruna ar Joannu Kosakovsku, Iepirkumu vadītāju. Uzņēmuma pārstāve informēja, ka uzņēmuma nav bijusi pieredze ar Latvijas ražotājiem; tomēr uzņēmums labprāt izvērtētu Latvijas ražotāju piedāvājumu un produkcijas

kvalitāti. Šobrīd uzņēmuma ir sadarbības līgums uz 7 un vairāk gadiem ar Polijas ražotāju Lucky Union Food, kas principā esot vienīgais surimi produktu ražotājs Polijā.

Uzņēmums ir ieinteresēts sekojošos surimi produktos – surimi nūjiņas ar 40% surimi saturu un surimi nūjiņas ar 25% surimi saturu. Neskatoties uz šobrīd noslēgto ilgtermiņa līgumu, ar kura palīdzību pilnībā tiek apgādāta Polijas tirgū nepieciešamā produkcija, uzņēmums plāno paplašināt surimi izplatīšanu ārpus Polijas, tādēļ būtu ieinteresēts saņemt informāciju par Latvijas ražotājiem, produkcijas kvalitāti, kā arī produktu paraugus.

Company Name	AJEX-POL
Address	ul. Gazowa 14 42-202 Częstochowa
Telephone (operator)	+48 34 360 80 17
Website	www.ajexpol.pl
Contact Person	Magdalena Krolak
Position	Purchasing Manager
Mobile	+48 695666204
Email	m.krolak@ajexpol.pl
Description	The AJEX-POL company was established in 1990. The subject of activity is the distribution of fish products and the processing of pelagic fish, i.e. mackerel and herring.

Feedback

Conversation with Magdalena Krolak, Purchasing Manager. The consultant was informed that the company's main focus is not surimi products and that in this segment company is closely working with the Viciunai group (VICI brand), which are the biggest surimi suppliers in Poland. The company has also considered the local supplier Lucky Union Food, but comparing both products Viciunai offer higher quality products with more affordable prices.

Regarding Latvian surimi producers, as the company is already importing surimi, they are open to look at suppliers outside of Poland; however, for them to consider new supplier the price will be determining factor. Nevertheless, Latvian surimi producers are welcome to visit the company and present their products.

Saruna ar Magdalēnu Krolak, Iepircēju. Uzņēmuma primārais darbības fokuss nav surimi produkcija, tomēr šajā segmentā uzņēmums tieši sadarbojas ar Viciunai grupu (VICI zīmols), kas ir lielākie surimi izplatītāji Polijā. Uzņēmuma ir bijusi arī sadarbība ar vietējo ražotāju Luck Union Food, bet, salīdzinot abu uzņēmumu piedāvājumus, Viciunai grupas piedāvājums nodrošināja augstāku kvalitāti un pievilcīgākas cenas.

Attiecībā pret Latvijas surimi ražotāji, ņemot vērā, ka uzņēmums jau šobrīd importē surimi produktus, uzņēmums nenoliedz iespēju izvērtēt arī citus ārvalstu uzņēmumus, tomēr uzņēmums norāda, ka būtisks aspekts, izvērtējot jaunus piegādātājus, ir produkcijas cena.

Company Name	KRYMAR
Address	ul. Marywilska 26 03-228 Warszawa
Telephone (operator)	+48 22 722 05 05
Website	www.krymar.com
Contact Person	Malesa Wojciech
Position	Buyer of surimi products

Mobile	+48 501 029 918
Email	wojciech.malesa@krymar.com
Description	Distributor of fish products from foreign and local producers. Established in year 2000. Company's main customers are hypermarket chains and smaller retailers.
Feedback	Conversation with Malesa Wojciech, Buyer of surimi products. The consultant was informed that the company is a distributor of fish products, including surimi products. The company has had previous experience with Latvian surimi producers. The company is currently interested in regular quality surimi products with 22% fish content and for 70-75mm surimi sticks with the 40% fish content and MSC/ASC certification. As she is working with the retail chains, it is really important that company has MSC certification. Currently they are buying products from the local producer Lucky Union Food and sometimes importing from Lithuanian Viciunai group (VICI brand) regarding other players in the market, she says that these are the main players. Regarding Latvian surimi producers, company is interested in considering new suppliers, they have had experience with Latvian companies and if the offer would be interesting and company has MSC certification; she sees potential for some surimi product groups. Saruna ar Malesa Wojciech, Surimi produkcijas iepircēju. Uzņēmums informēja, ka tam ir bijusi iepriekšēja pieredze ar Latvijas surimi ražotājiem. Šobrīd uzņēmums ir ieinteresēts 22% surimi satura surimi nūjiņās un 70-75 mm garās surimi nūjiņās ar 40% surimi saturu, kam ir MSC/ASC sertifikāts. Uzņēmuma pārstāve uzsvēra, ka, ņemot vērā, ka uzņēmums sadarbojas ar pārtikas tirdzniecības ķēdēm, tam ir īpaši nozīmīgs MSC/ ASC sertifikāts. Šobrīd uzņēmums iegādājas produkciju no vietējā ražotāja Lucky Union Food un reizēm importē no Lietuvas Viciunai grupas (VICI zīmols). Jautājot par citiem tirgus spēlētājiem, uzņēmuma pārstāve norāda, ka šie ir galvenie surimi produkcijas tirgus spēlētāji Polijā. Attiecībā pret Latvijas surimi ražotājiem, uzņēmums ir atvērts jauniem sadarbības piedāvājumiem. Uzņēmumam ir pieredze ar Latvijas ražotiem un tie ir atvērti piedāvājumiem

konkrētās surimi produkcijas grupās, ja piedāvājums ir saistošs un uzņēmuma ir MSC sertifikāts.

Company Name	Kuchnie Swiata S.A.
Address	Łomna, ul. Gdańska 34 05-152 Czosnów
Telephone (operator)	+48 (22) 785-95-20
Website	www.kuchnieswiata.com.pl
Turnover	18.4 m złots
Employees	240
Contact Person	Marcin Wyszowski
Position	Buyer of surimi products.
Mobile	+48513088542
Email	Marcin.Wyszowski@sanechem.com.pl
Description	Importer and distributor of ethnic cuisine to Horeca segment.
Feedback	Conversation with Marcin Wyszowski, Buyer of surimi products. Consultant reached the company and was informed that the company is the biggest suppliers for Japanese restaurants in Poland; therefore surimi product group takes big part of the company's main business activities. Currently they are interested in 25-32% fish content surimi sticks 18 cm length in 1 kg packaging. The company indicated that they mainly import their products from countries around Poland, as they Polish producer offered quality does not satisfy their need. They also does not cooperate with VICI due to the same reason. The company works with distributors from Belgium and France. Regarding Latvian surimi producers, company is open to new suppliers, if they can offer high quality products.
Saruna ar Macin Wyszowski, surimi produkcijas iepircēju. Uzņēmuma pārstāvis informēja, ka uzņēmums ir	

lielākais piegādātājs Japāņu restorāniem Polijā, tādēļ nozīmīga tā biznesa daļa ir surimi produkti. Šobrīd uzņēmums ir ieinteresēts 25-32% surimi nūjiņās 18 cm garumā, kas ir iepakotas 1kg iepakojumos.

Uzņēmuma pārstāvis norādā, ka uzņēmums pārsvarā importē surimi produkciju no Polijas blakusvalstīm. Uzņēmums šādi rīkojas, jo to neapmierina vietējā ražotāja piedāvātie surimi, kā arī uzņēmums nesadarbojas ar VICI to pašu iemeslu dēļ. Šobrīd uzņēmums importē produktus no surimi izplatītājiem Beļģijā un Francijā.

Attiecībā pret Latvijas surimi ražotājiem, uzņēmums ir atvērts pret sadarbības piedāvājumiem, ja Latvijas ražotāji spēj piedāvāt augstas kvalitātes produktus.

Company Name	Royal Seafood Sp. z o. o.	
Address	ul. Widokowa 2A, 81-198 Mosty	
Telephone (operator)	+48 (58) 661 36 32	
Website	www.royalseafood.com.pl	
Turnover	8,817,000	
Contact Person	Monika Grotowska	
Position	Buyer of surimi products	
Mobile	+48 781 180 007	
Email	monika.grotowska@royalseafood.com.pl; alicja.gradzka-mitura@royalseafood.com.pl	
Description	The company specializes mainly in seafood and fish caught in the Baltic Sea and from other seas and oceans. The company is in the top three, four of the seafood importers in Poland supplying both retail chains and the traditional market.	
Feedback	Conversation with Monika Grotowska, Buyer of surimi products. The company has had previous experience with Latvian and Baltic companies and they are mostly dealing with fish that is caught in the Baltic Sea. The company has worked both with the surimi producers as well as the other fish processors. Currently regarding the surimi products they are working with VICI from Lithuania (Viciunai group). The	

main reasoning is that as Poland is highly dependent on surimi import, due to the lack of producers, the market is price dependent. Currently VICI can offer the best prices, but they are always open to new suppliers. Currently they are interested in the surimi sticks 18-21 cm length.

Regarding Latvian surimi producers; company is open to be contacted by the producers; however, before the meeting they would like to learn more about the product quality; technical information and prices.

Saruna ar Moniku Grotovsku, surimi produkcijas iepircēju. Uzņēmuma pārstāve informēja, ka uzņēmumam ir bijusi pieredze gan ar Latvijas, gan Baltijas ražotājiem, ņemot vērā, ka uzņēmums pārsvarā nodarbojas ar Baltijas jūrā nozvejotu zivju un zivju produktu izplatīšanu. Uzņēmums ir sadarbojies gan ar surimi ražotājiem, gan ar citu zivju pārstrādātājiem. Šobrīd saistībā ar surimi produktiem uzņēmums sadarbojas ar VICI no Lietuvas. Uzņēmuma pārstāve norāda, ka Polijas surimi industrija ir ļoti atkarīga no surimi importa, lielākoties mazā surimi produkcijas ražotāju skaita dēļ, kā arī, ņemot vērā šo atkarību, surimi industrija Polijā ir ļoti cenas jutīga. Šobrīd VICI spēj piedāvāt vissaisošākās cenas tirgū. Uzņēmums šobrīd ir ieinteresēts surimi nūjiņās 18-21 cm garumā.

Runājot par Latvijas ražotājiem, uzņēmums ir atvērts, ka to uzrunā Latvijas ražotāji, tomēr pirms tikšanās ar ražotājiem, tas labprāt uzzinātu vairāk par uzņēmumu, produkcijas kvalitāti, tehnisko informāciju un cenām.

DATU AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

1. EUMOFA The EU Fish Market 2018 Edition. Pieejams:
http://www.eumofa.eu/documents/20178/132648/EN_The+EU+fish+market+2018.pdf
2. EUMOFA. EU Consumer Habits Regarding Fishery and Aquaculture Products, 2017. Pieejams: <https://www.eumofa.eu/documents/20178/84590/Annex+1+-+Mapping+of+studies.pdf>
3. Eurofish Magazine. Poland – Europe’s fish and seafood processor. Pieejams: https://issuu.com/eurofish/docs/eurofish_magazine_2_2018/33?e=1376257/59882378
4. Eurofish. Overview of the Polish fisheries and aquaculture sector. Pieejams: <https://www.eurofish.dk/poland>
5. Euromonitor Processed Meat and Seafood in Poland (Country report November, 2018)
6. European Maritime and Fisheries Fund - Poland. Pieejams: https://ec.europa.eu/fisheries/sites/fisheries/files/docs/body/op-poland-fact-sheet_en.pdf
7. Fish industry in Poland. Optimistic forecasts. Pieejams: <https://www.agrofakt.pl/przemysl-rybny-w-polsce-optimistyczne-prognozy/>
8. Global Retail Brands. Discounter Battles in Poland. Pieejams: <http://globalretailmag.com/discounter-battles-poland/#sthash.eXh1ryAi.dpbs>
9. Lisner vietne. Pieejams: <https://www.lisner.pl/produkty/?category=7,8>
10. Rio Mare Polijas mājas lapa. Pieejams: <https://www.riomare.pl/ania-starmach/>
11. Statistics Poland. Internal Market in 2017. Pieejams: <http://stat.gov.pl/en/topics/prices-trade/trade/internal-market-in-2017,7,16.html>
12. UK Trade&Investment. Poland Overseas Market Introduction Service on seafood sector in Poland for Sea Fish Industry Authority. Pieejams: https://www.seafish.org/media/1460759/poland_update.pdf
13. UN comtrade database. Pieejams: <https://comtrade.un.org/>
14. USDA Foreign Agricultural Service. Poland Retail Sector. Pieejams: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Poland%20Retail%20Sector_Warsaw_Poland_6-27-2018.pdf
15. USDA Foreign Agricultural Service. 2017 Fish and Seafood Market in Poland. Pieejams: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/2017%20Fish%20and%20Seafood%20Market%20in%20Poland_Warsaw_Poland_2-21-2018.pdf